



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN
DE LOS CONTRIBUYENTES EN LA MUNICIPALIDAD DE LOS
OLIVOS, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

GIRÓN RIVERA, Javier Emersón

ASESOR:

Dr. COSTILLA CASTILLO, Pedro

LINEA DE INVESTIGACION:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2018

Página del jurado

Dr. Tantaleán Tapia, Ivan

PRESIDENTE

MSc. Mairena Fox, Petronila Liliana

SECRETARIA

Dr. Costilla Castillo Pedro Constante

VOCAL

Dedicatoria

A mis padres Sacarías y Silvia por ser el pilar fundamental en todo lo que logré y por su apoyo Incondicional perfectamente mantenido hasta el momento. A mis hermanos Jhovana, Yulisa y Luís por depositar su confianza en mí y apoyarme tanto en lo moral y lo económico. A mis amigos por brindarme sus palabras de apoyo en el transcurso de mi formación.

Agradecimiento

A mi familia por alentarme constantemente a formarme tanto personal como profesionalmente, por brindarme su cariño que y apoyo en los momentos que más los necesité. Un agradecimiento especial a las personas que compartieron sus conocimientos conmigo y así poder desarrollar esta investigación.

Declaración de autenticidad

Yo Javier Emersón Girón Rivera con DNI N° 46932378, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de junio de 2018

Girón Rivera Javier Emersón

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES EN LA MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Javier Emersón Girón Rivera

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	viii
I Introducción	9
1.1 Realidad problemática	10
1.2 Trabajos previos	11
1.3 Teorías relacionadas al tema	13
1.4 Formulación del problema	24
1.5 Justificación del estudio	24
1.6 Hipótesis	25
1.7 Objetivos	26
II Método	27
2.1 Diseño de investigación	28
2.2 Variables, Operacionalización	30
2.3 Población y muestra	32
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.5 Método de análisis de datos	34
2.6 Aspectos éticos	35
III Resultados	36
3.1 Análisis descriptivo	37
3.2 Prueba de Normalidad	41
3.3 Contrastación de hipótesis	42
IV Discusión	48
V Conclusión	53
VI Recomendaciones	55
VII Referencias	58
VIII Anexos	62

Resumen

El objetivo de la investigación es: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad de los Olivos en el año 2018. Nivel de investigación es descriptiva correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 67 contribuyentes que acudieron a la sub gerencia de recaudación de la Municipalidad de los Olivos entre las horas 08:00 am y 12:00 m. Se concluye que se halló una correlación altamente significativa entre la variable uno “Calidad de servicio” y la variable dos: “Satisfacción”, para los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos. La cual se obtuvo con la prueba de correlación de Spearman (Rho de Spearman es 848** y el valor de $p = 0,000 < 0,05$). Por lo cual, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción, contribuyentes.

Abstract

The objective of the investigation is: To determine the relationship between the quality of service and the satisfaction of taxpayers in the Municipality of Los Olivos in 2018. Level of research is a correlational description, of non-experimental cross-sectional design. The sample consisted of 67 contributors who went to the collection management of the Municipality of Los Olivos between 08:00 a.m. and 12:00 m. It is concluded that a highly significant correlation was found between the variable "Quality of service" and variable two: "Satisfaction", for the taxpayers of the Municipality of Los Olivos. Which was obtained with the Spearman correlation test (Spearman's Rho is 848 ** and the value of $p = 0.000 < 0.05$). Therefore, the decision to reject the null hypothesis is made.

Keywords: Quality of service, satisfaction, taxpayers.

I Introducción

1.1 Realidad problemática

En estos tiempos en nuestro país especialmente en las entidades públicas podemos observar a diario a los ciudadanos quejándose de los malos servicios que recibieron y que sus demandas no son solucionadas como ellos desearían que lo fueran. Pues esto sucede cuando el gobierno no programa ni consulta las necesidades de acorde con las demandas de los ciudadanos; Porque la calidad de servicio es un sistema orientado a los procesos construido desde el momento del requerimiento del contribuyente hasta lograr satisfacer sus necesidades de acuerdo a lo que se ha programado y sin desviaciones.

La calidad es un aspecto al cual fijan con objetivo las empresas para así imponer una ventaja competitiva sobre otras organizaciones y a su vez ayude a sostener los negocios en el tiempo, la gestión de la calidad en las empresas no es tema de la antigüedad, al contrario es un tema de la actualidad por lo que representa para empresa la competitividad y la diferenciación del servicio o producto que se brinda. Debido a eso es que se debe reflexionar sobre las realidades y los retos de la gestión de calidad en las organizaciones que brindan servicios, iniciando de un análisis minucioso de este proceso muy importante en una organización.

En la Municipalidad Distrital de los Olivos los procedimientos y políticas son insuficientes para poder brindar un servicio de calidad, puesto que varios ciudadanos expresan que las necesidades que tienen no son cubiertas y en caso hayan sido atendidos se demoró mucho más tiempo de lo esperado. Se observa también que carecen de una infraestructura eficiente por lo que ello no contribuye al buen desempeño que deberían de realizar los servidores públicos que laboran ahí. Aparte de ello también se observa que los trabajadores no son debidamente capacitados e incluso ni siquiera están preparados para desempeñar labores en las áreas en las que se encuentran, porque la realidad de las entidades públicas especialmente en las municipalidades los trabajadores son contratados por favores políticos y no por una adecuada selección de personal.

La satisfacción de los contribuyentes es la sensación que tienen cuando sus necesidades y demandas hayan sido atendidas, también se podría decir, es el grado de cumplimiento por parte de la municipalidad con respecto a las expectativas que ellos esperan.

1.2 Trabajos previos

En este trabajo se ha encontrado que existen determinadas investigaciones con relación al tema a tratar, las cuales se van a indicar a continuación:

1.2.1 A nivel internacional

Cadena, J. et al,(2016) en su artículo científico titulado “Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México”, donde tuvo como objetivo medir el grado de satisfacción de la calidad del servicio proporcionado a sus clientes por los Restaurantes en el Estado de Sonora para determinar el nivel en el que se encuentra. Su investigación contó con 315 restaurantes, para medir la investigación se realizó el muestreo aleatorio simple. Se utilizó la encuesta para medir la investigación. Su tipo de investigación fue descriptivo correlacional. Los autores llegaron a la conclusión que la satisfacción de los clientes es buena, derivada de una buena calidad del servicio restaurantero en el Estado de Sonora. Mediante un análisis no paramétrico, utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, de cual da la existencia de relación positiva y considerable (0.718**).

Abad y Pincay (2014) con su tesis “análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil - Ecuador”(tesis para optar por el título de ingeniero comercial mención marketing en la Universidad Politécnica Salesiana Ecuador) los autores presentan como objetivo general analizar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para incrementar el nivel de ventas de la organización. El fin de esta investigación es formular un modelo de gestión de calidad que permita analizar los niveles de satisfacción que perciben los colaboradores y asesores productores de seguros midiendo el trato recibido, la eficiencia del personal, rapidez en los procesos y la incidencia que estos tienen sobre la rentabilidad de la organización. Este trabajo tiene como conclusión que en la compañía de seguros existen deficiencias en la calidad de servicio y cultura organizacional, causas que afectan duramente a la producción de la empresa, aparte que de acuerdo a las encuestas realizadas las áreas en las que se identificó mayores inconvenientes son aquellas que tienen contacto directo con los clientes, debido a la pésima actitud con la que desarrollan sus funciones.

Droguett (2012) con su tesis “calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: análisis de principales factores que afectan a la evaluación de los clientes” (tesis

para optar por el grado de ingeniero comercial en la Universidad de Chile) el autor presenta como objetivo general mostrar cuáles son los factores que tienen más peso en la evaluación que hacen los clientes sobre su experiencia de servicio. Este trabajo tiene como conclusión que las causas de insatisfacción entre las marcas líderes del mercado son similares, la identificación del rol clave que juega el desempeño del vendedor en la evaluación del cliente de su experiencia en el proceso de ventas y la importancia que tiene la calidad de los trabajos realizados al vehículo en el proceso de servicio al vehículo. Además se muestra cómo el asesor de servicio tiene un rol importante al ser él el responsable de hacer que el cliente sea capaz de ver y comprender la calidad del servicio recibido.

1.2.2 A nivel nacional

Carbajal (2017) con su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República – 2016” (tesis para optar el Grado de maestra en gestión pública en la Universidad Privada César Vallejo - Perú). El autor presentó como objetivo Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República 2016. Esta investigación presenta como conclusión que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República, año 2016. Considerando como parte de la variable satisfacción del usuario a la calidad funcional, calidad técnica, valor percibido, confianza y expectativas, y en la variable calidad de servicio a la fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía. La metodología de la investigación es de tipo básica, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transeccional o transversal Concluyendo que podemos afirmar que a mayor calidad de servicio tendremos mayor satisfacción de los usuarios en el módulo de atención al ciudadano. En cuanto a la prueba de hipótesis de acuerdo al Rho de Spearman arrojó un valor de 0.794 cuyo valor de significancia (0.026) es menor al 5% ($p < 0.05$) lo que implica Rechazar la Hipótesis Nula (H_0). Por lo que se concluye que existe evidencia suficiente para afirmar que existe relación significativa entre Calidad de Servicio y satisfacción del usuario que acudan a módulo de atención al ciudadano de Congreso de la República.

Inca (2015) con su tesis “Calidad De Servicio Y Satisfacción De Los Usuarios De La Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas 2015” (tesis para optar el título profesional de licenciado en administración en la UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ

MARIA ARGUEDAS - Andahuaylas). El autor presenta como objetivo general Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015, el fin de esta investigación conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, solo así poder contribuir a mejorar la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de Pacucha. Esta investigación presenta como conclusión que se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. Quiere decir, cuando mejor se brinde la calidad de servicio, aumentará la satisfacción de los usuarios. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.591, lo que indica, que existe una correlación positiva moderada, entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

Quispe (2015) con su tesis “Calidad de servicio Y satisfacción del Usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas - 2015.” (Tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas en la Universidad Nacional José María Arguedas - Andahuaylas), la autora presentó como objetivo general Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas - 2015. Como fin tiene conocer el ¿cómo se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del Hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas -2015? Este trabajo presenta como conclusión que la calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario. Del mismo modo el coeficiente de Spearman evidencia una correlación de 0,555 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables; El trabajo de tesis es cuantitativo, descriptivo, no experimental de corte transversal y correlacional.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable 1: Calidad de servicio

Una de las más importantes aportaciones con respecto al tema de la calidad es la que nos brindó W. Edwards Deming, dándonos a conocer los “catorce principios de la calidad” y “el ciclo de Deming” los cuales son explicados en los siguientes párrafos:

Choque (2015) nos da a conocer los 14 pasos de Deming para llegar a la calidad:

Los pasos para llegar a la calidad son: Establecer firmeza de propósito en el servicio, adoptar una moderna filosofía, solicitar evidencia estadística acerca de la calidad del colaborador, materiales y equipos el cual se adquiere, tratar con proveedores que puedan suministrar evidencia de control estadístico, mejorar el sistema constantemente en forma permanente, reestructurar la capacitación, mejorar la supervisión, eliminar el miedo, eliminar estándares que fijen cuotas, implantar un programa de capacitación en técnicas estadísticas, instituir un programa vigoroso para entrenar a la gente con nuevas habilidades para el trabajo y por ultimo crear una estructura administrativa que impulse los trece puntos anteriores. (p.20).

Efectivamente como mencionó el autor, en la gran mayoría de los puntos da a entender que para lograr la calidad tenemos que tener un exhaustivo control mediante estadístico de los proveedores, colaboradores y productos que es lo que llegara al cliente final y realizar constantes capacitaciones a los colaboradores.

Otro gran aporte con lo que a calidad corresponde es sobre la mejora continua, la calidad descansa en el principio de la mejora continua (kaizen) a través de mejoras agregadas en los productos y procesos.

Imai (1989) Define que: “kaizen significa ir mejorando continuamente en el cual se ven involucrados tanto gerentes como colaboradores. Dicho mejoramiento infiere que nuestra forma de vida- sea nuestra vida de trabajo, vida social o vida familiar merece ser mejorada de manera constante”. (p. 39)

García Quispe y Ráez (2003) explicaron sobre el ciclo de deming lo siguiente:

El ciclo de Deming está compuesto por cuatro fases muy ordenados, el primero es la fase de planificación el cual consta en comprometer a las personas correctas, reunir datos disponibles, entender lo que los clientes necesitan, entre otros; el segundo es la fase de desarrollo, que consta en poner en marcha la mejora y/o verificar las causas de los problemas presentados, y reunir los datos apropiados; el tercero es el paso de verificación el cual trata de analizar y desplegar los datos, revisar los posibles problemas y errores, es necesario hacerse estas dos preguntas: ¿Qué se aprendió? ¿qué queda aún por resolver?; por ultimo tenemos la fase de actuación en el cual se incorporará la mejora al proceso, comunicar el plan de mejora a todos los

colaboradores de la empresa, tanto a gerentes como a los otros colaboradores, y e identificar nuevos proyectos.(p.92)

Definiciones

Algunas definiciones sobre calidad, realizadas por algunos autores:

Rosander (1992) Es la impresión que tiene un consumidor acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio.

La calidad en el servicio viene a ser el cumplimiento de las necesidades de los clientes con las expectativas que tiene sobre cuán bueno puede ser el producto o servicio que va a recibir.

Cuatrecasas (2010) manifestó sobre la calidad de servicios lo siguiente:

Las organizaciones que producen bienes de consumo también presentan un servicio al cliente (de entrega, asistencia técnica, de reclamaciones, etc) que como acabamos de ver resulta una decisiva para el desempeño, dado que se trata de una atención directa al cliente, a la capacidad recibida y a los reclamos atendidos. (p.39)

En definitiva todas las organizaciones ya sean públicas o privadas cuentan con un área de servicio al cliente o usuario por lo cual resulta muy influyente en el nivel de competitividad que tiene la empresa.

Bateson y Hoffman (2012). Sobre calidad del servicio explicó lo siguiente:

La calidad de servicio ofrece una manera de alcanzar el éxito entre los servicios en competencia. En particular, cuando un número reducido de empresas ofrece servicio casi idéntico y compiten en un área pequeña, establecer la calidad en el servicio es la única manera de distinguirse.

Cabe destacar la opinión del autor con respecto a este tema, pues, en un mercado bastante reducido y en donde existen empresas que brindan el mismo servicio o producto, lo que siempre va a distinguir una de otra no otra cosa que la calidad de servicio; y no solo en el sector privado sino también en el público como en el caso de las municipalidades, lo que llega a diferenciar una de otra es la calidad de servicio, ya que es uno de los factores que les pueda brindar competitividad en gestión y mejorar su imagen ante la perspectiva de los ciudadanos.

Mientras Stanton et. al. (2004) señaló acerca de la calidad de servicio que:

Posee dos cualidades muy importantes que deberían de ser considerados y entendidos por aquellos que brindan servicios con el objetivo de que logren una distinción de sus competidores más fuertes. El primero viene a ser “la calidad la determina el consumidor, mas no el proveedor del producto o servicio” y el segundo “los consumidores siempre miden la calidad de servicio comparando lo que esperaban recibir con lo que están recibiendo. (p.350)

Bateson y Hoffman (2012). Sobre la calidad del servicio menciona lo siguiente:

La calidad de servicio brinda una forma de llegar al logro entre los servicios en competencia. En especial, cuando pocas empresas ofrecen servicios casi idénticos y participan en una pequeña área, implantar la calidad en el servicio es la mejor forma de diferenciarse. (p. 103)

Los siete principios de la gestión de la calidad

ISO 9001 (2015) describió que existen siete principios fundamentales de la gestión de la calidad con el objetivo de dirigir a las empresas:

1.- Enfoque al cliente: las empresas dependen de sus consumidores y por ello deberían de entender mejor que nadie sus necesidades tanto actuales como las futuras, satisfacerlos y mejorar sus expectativas; 2.- Liderazgo: Los clientes fijan la unidad de propósito y el destino de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el colaborador puede llegar a comprometerse totalmente en cumplimiento de los objetivos de la organización; 3.- Participación del personal: el colaborador, a todos los niveles, es la base de una organización, y su total compromiso da la posibilidad de que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la empresa; 4.- Enfoque basado en procesos: un resultado favorable se consigue generalmente cuando se siguen los procesos adecuados para el control de las actividades y recursos de la empresa; 5.- Mejora continua: la mejora continua del desenvolvimiento de los colaboradores, deberían ser el objetivo más importante para la empresa puesto que al mejorar el desempeño no solo mejora la calidad del servicio, sino también pueden llegar a cambiar positivamente el rumbo de la organización ; 6.- Enfoque basado en hechos para la toma de una decisión : las decisiones eficaces se basan en el análisis de

datos y la información; 7.- relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.(p. 32)

Dimensión Capacidad de respuesta

Cottle (1991) Definió que “La Capacidad de respuesta viene a ser la predisposición que usted demuestra por apoyar a sus clientes y brindar un servicio eficiente. La capacidad de respuesta [...] también implica en el cumplimiento a tiempo de los compromisos adquiridos.” (p.40).

Indicadores

Rapidez

Zeithaml et al. (1993) mencionó sobre rapidez:

La rapidez constituye un factor esencial, pero obstaculiza con la calidad de los procesos. Si los consumidores entendieran esa realidad, y se les pide que elijan entre una u otra, es posible que luego se sientan más satisfechos debido a que las expectativas que tengan para cada tipo de servicio respondan a la realidad. (p.145)

Como lo expresa el autor, si las personas entendieran que para brindar un servicio de calidad toma un poco tiempo, y solo elijan entre un producto de la mejor calidad o un producto que se entregue muy rápido posiblemente quedarían satisfechos al obtener el producto puesto que se les entrega lo que ellos eligen.

Colaboradores

Según mencionó Goñi (1999): “El tercer elemento clave en la forma de ser de las empresas lo constituye el factor humano, ya que cada individuo, y la estructuración de los colectivos y sus relaciones mutuas, constituyen la fuerza motriz de las organizaciones.” (p.14)

El factor humano es uno de los pilares de una organización, como lo menciona el autor, ya que cada persona posee distintos talentos y es que mediante esos talentos forman relaciones mutuas de equipo y constituyen una fuerza que lleva hacia adelante a la organización.

Dimensión elementos tangibles

Zeithman y Bitner (2002) explicaron sobre elementos tangibles: a la imagen de las instalaciones, los equipos, el factor humano y los materiales de comunicación, puesto que

cada uno de ellos transmiten la imagen que pueda tener la organización para brindar un servicio de calidad, y que los clientes utilicen ello para evaluar el servicio que brinda la empresa.(p.103)

Para Cottle (1991): los elementos tangibles vienen a ser las evidencias físicas y los artefactos que apoyen a brindar un servicio de calidad, las instalaciones de la empresa, los equipos que posee, la apariencia de los colaboradores.(p. 39).

Por lo tanto podemos decir que los elementos tangibles son los elementos físicos: personal, equipos, infraestructura, dinero, entre otros, que sirven para optimizar la calidad, comodidad, rapidez hacia los usuarios.

Indicadores

Infraestructura

Publicaciones Vértice S.L. (2010) manifestó que: “La dirección [de la empresa] debe definir cuál es la infraestructura necesaria para lograr la realización de los productos/servicios teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas (proveedores, clientes, etc.).” (p. 99)

Presencia y aseo

Paz (2007) Estableció que:

Al entrar en contacto con un consumidor no solo transmitimos información sobre nuestro producto o servicio mediante la palabra, sino también se debe de tener en cuenta que somos la representación física de la organización y por ende se tiene que tener una buena presencia. (p.12)

Equipos

Pérez y Merino (2010) afirmaron que: Los recursos tecnológicos en la organización son medios que se valen para cumplir con su propósito y pueden ser tangibles como una computadora, una fotocopidora, impresora, etc. E intangibles como un software, una aplicación, un sistema, un intranet, entre otros.

Dimensión empatía

Cottle (1991) consideró que:

Empatía es el hecho de querer brindar a sus clientes cuidados y atención especializada, pues, se trata más que una simple cortesía, aún de que la cortesía es parte imprescindible de la empatía, necesita una fuerte responsabilidad y participación con el usuario, conocer muy a fondo de sus características y necesidades personales y de sus requerimientos específicos. (p.42).

Indicadores

Predisposición

García et al. (2010) definieron acerca de la predisposición:

“[Una de las] actuaciones positivas es [...] demostrar autentico interés y deseo de ayudar a los clientes (indique lo que usted puede hacer, ofrezca en su caso alternativas, no prometa lo que no está seguro de poder cumplir, no sobrestime su autoridad, sepa cuando pedir ayuda).” (p. 164)

Atención individualizada

Paz (2007) manifestó acerca del tema que:

Toda acción comercial implica una relación de confianza entre proveedor y cliente. Esta relación, por su naturaleza subjetiva, puede dar lugar, por un descuido de la empresa, a la ruptura de la fidelidad del cliente, por lo que significa eliminar la siguiente compra. (p. 17)

Horario de atención

Pérez y Merino (2010) definieron:

Para comprender lo idea del horario, primero se debe de entender el concepto de tiempo, pues esta magnitud física determina lo que está sujeto a cambio. Cuando algo tiende a cambiar de un estado a otro, el periodo transcurrido en ese proceso se puede medir en una unidad tiempo. (p.67)

Después de conocer lo redactado por estos autores cabe resaltar que para medir con eficacia los niveles de calidad de servicio que brinda una empresa, debemos tomar muy en cuenta como mínimo estas tres dimensiones, puesto que la capacidad de respuesta mide cuan preparada esta la empresa y/o sus colaboradores para brindar con un buen desempeño los servicios requeridos por los usuarios, ya que en la mayoría de los casos los usuarios requieren

servicios rápidos y eficientes, con respecto a los elementos tangibles miden cuan preparada se encuentra la empresa en el ámbito físico ya sean aparatos electrónicos, instalaciones, apariencia del personal, entre otros; puesto que todo ello también influyen bastante a la hora de brindar un servicio de calidad y por último pero no menos importante, la empatía que básicamente se mide en el trato directo entre colaborador y usuario, donde el colaborador tiene que conocer las necesidades de los usuarios y atenderlas como si fueran sus propias necesidades, pues como menciona el autor, la empatía va más allá de la cortesía, es un trato personalizado hacia el usuario.

1.3.2 Variable 2: Satisfacción de los contribuyentes

Robbins y Coulter (2005) mencionaron acerca de la teoría de las necesidades de maslow que:

Para cada persona existe un grado de 5 necesidades: 1) La necesidades fisiológicas que comprende en lo que necesita el ser humano para poder sobrevivir; 2) Necesidades de protección que comprende a que cada persona necesita sentirse ser protegido tanto del daño físico como emocional que les puedan afectar; 3) Necesidades sociales que refiere al afecto, la posesión, y amistad; 4) Necesidades de estima que vienen a ser componentes internos como el respeto a uno mismo, la autonomía, logros entre otros y componentes externos como el estatus, reconocimiento y atención; y por último pero no menos importante están las necesidades de autorrealización que no viene a ser otra cosa que la necesidad de crecer y el impulso para convertirse en lo que uno es capaz de llegar a ser. Además, las necesidades tienen niveles jerárquicos y por ello cada nivel de la jerarquía debe ser satisfecho antes de que se active el siguiente, y una vez que una necesidad es satisfecha en forma importante, ya no motiva al comportamiento, en pocas palabras conforme se satisface cada necesidad, la siguiente necesidad se vuelve dominante. (394)

Con todo ello los autores resaltan que para satisfacer la necesidad primero tenemos conocer la jerarquía de necesidades y entender que es lo que quiere el cliente o usuario. Debido a que no se conoce ello, puede generar posibles inconvenientes en cuanto a atención se refiere.

Definiciones

Algunas definiciones sobre satisfacción del usuario, realizadas por algunos investigadores:

Kotler y Keller (2006) explicaron lo siguiente:

Viene a ser una percepción de placer o de decepción que resulta de la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas, Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están por encima de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. (p.144)

Kotler (2001). Manifestó que:

El ánimo de una persona resulta de la comparación entre el rendimiento recibido de un producto o servicio, con las expectativas o experiencias. Luego de la adquisición de un producto o servicio, los consumidores experimentan uno de estos tres grados de satisfacción: a) insatisfacción que se produce cuando el desempeño percibido por el producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente; b) satisfacción que se produce cuando el desempeño percibido por el producto o servicio coincide con las expectativas del cliente; c) complacencia que se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente (p.45).

Como menciona el autor el grado de satisfacción del usuario consumidor en su mayoría depende a las perspectivas que tiene acerca del producto o servicio que recibirá en la empresa, como por ejemplo en el caso de la municipalidad los contribuyentes esperan que se le atienda con rapidez y amabilidad, pero si eso no pasa pues entonces el contribuyente queda insatisfecho.

Dimensión confianza en el servicio

Zeithaml et al. (1993) mencionaron sobre la confianza en el servicio que:

Para la mayoría de los clientes, la fiabilidad constituye el núcleo del servicio. En el momento en que la organización descuida en brindar un buen servicio, cuando no llega a cumplir el servicio que promete, es ahí donde los clientes pierden la confianza hacia esa empresa y muy poco o nada se puede hacer para recuperarla,(p.200)

Indicadores

Valoración del servicio

Pau y De Navascués (2001) Manifestaron que:

Para evaluar el servicio que ofrece una empresa respecto a sus competidores se ha de conocer que aspectos de éste son más apreciados por los clientes. Esta valoración se realiza a través de encuestas que luego se representan en un gráfico. (p.614)

Cumplimiento

Quijano (2003) manifestó que:

En cuanto una organización llega a cumplir todas las promesas de venta o servicio que establecen, logra que el consumidor llegue a confiar en la empresa en la actualidad y en el futuro, con la seguridad de que no perderá tiempo ni dinero. Cumplir con lo que se promete genera confianza en los consumidores y ello permite optimizar su tiempo que en la actualidad es el activo más valioso de todos y a nadie le sobra tiempo para reclamos quejas. (p. 123)

Dimensión trato recibido

Matesanz (2014) en su artículo mencionó que:

“La base sobre la que se sustenta toda empresa o negocio que se precie, es la del buen trato al cliente. Ninguna empresa por muy buenos que sean sus productos o servicios logrará tener éxito si su trato al cliente es malo o tiene bastantes cabos sueltos.”

También Matesanz (2014) manifestó tres claves importantes para que el cliente quede satisfecho:

a). Cada cliente es el más importante.- No hay cliente más importante que otro: trata a todos por igual, es decir, perfectamente. Cada cliente que reclama tus servicios debe ser como tu mejor amigo, o como alguien de tu familia. El trato debe ser el que le darías a estas personas, totalmente exquisito. En cualquier negocio, independientemente del tipo que sea, el “boca a boca” es esencial, así que ponte manos a la obra. Te verás recompensado con más y más clientes; b). Pregunta e interésate.- No dudes en preguntar a tus clientes qué les parecen tus productos o servicios. Eso sí, sin ser demasiado agobiante. Es bueno interesarse de alguna forma porque en el cliente está la clave de las posibles mejoras de tu empresa. Puedes hacerlo de forma directa y

cara a cara, por pequeñas encuestas anónimas de satisfacción, por un pequeño apartado de comentarios en tu web... ¡El universo es infinito! Sea como sea saldrán a la luz pequeñas cosas que podrás mejorar; y c). Haz relaciones, no simples transacciones

Es una de las claves del marketing, hacer relaciones con los clientes para que jamás dejen de utilizar tu empresa cuando necesiten sus servicios. No te limites a ser correcto, ofrecer lo necesario y “hasta pronto”. Intenta fidelizar a los clientes que aparecen por tu empresa o negocio para que lo sigan haciendo a lo largo de los años.

Buen servicio

Según Brown (1992):

Un buen servicio no solo lo brindan exclusivamente empresas como hoteles, líneas aéreas o parques de atracciones, pues, cuanto más grande sea una empresa, más requerirá mantenerse muy adelante de sus competidores. [...] los clientes desean ser tratados como gente especial e importante, probablemente no se preocuparán por las pequeñas diferencias en precios o especificaciones. (p. 6)

Beneficios y/o recompensas

Pérez y Gardey (2011) afirma que:

“Recompensa es la acción y efecto de recompensar y aquello que sirve para eso. Este verbo, por otra parte, refiere a retribuir un servicio, premiar un mérito o compensar un daño.”(p.1)

Dimensión Expectativas

Para Zeithaml et al. (1993):

Lo que esperan los clientes con respecto al servicio que se les brindará pueden afectar a la evaluación que se le hace sobre su calidad; cuanto más altas sean las expectativas, más alto será el índice debería de ser el nivel de actuación del servicio para que sea recibido como un servicio de muy buena calidad. (p.143)

Indicadores

Servicio mejor de lo que se esperaba

Parrado (2018) manifestó que:

La gran mayoría de personas tienen el mal hábito de dar algo de la misma manera que se los den, o peor aún el de dar menos para poder ganar más, lo cual conlleva a problemas y frustraciones. La conducta que tienen algunos colaboradores en las empresas yo hago lo necesario para que me paguen y si quieren más que paguen más, esta definición no lleva muy lejos en términos de confianza y ascensos. Un jefe responsable valora el esfuerzo sincero de un colaborador y siempre están atentos al modo de trabajo, el hecho de brindar una buena atención a un usuario no pasara desapercibido ante los ojos de un jefe y ello hablara muy bien del colaborador. (p.234)

Seguimiento a las necesidades del usuario

Vértice (2008) Explicó que: “El seguimiento de los clientes consiste en las estrategias y técnicas que sigue la empresa para mantener viva la satisfacción de necesidades de los clientes, tanto en el presente como en el futuro.”(p.65)

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema General

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018?

1.4.2 Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018?

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018?

1.5 Justificación del estudio

Teórico

La importancia de este proyecto de investigación se basa en que la calidad de servicio al usuario es de baja importancia en la mayoría de las instituciones públicas, lo cual no debería de ser así puesto que debería de existir un compromiso por parte de los trabajadores puesto

que también ellos en algún momento necesitaran de la resolución de algún problema en una entidad pública.

La razón de este proyecto es que busca percibir la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios; mediante el desarrollo de teorías relacionadas al tema para que así se llegue a tener una mejor idea de lo que se está investigando y los conceptos básicos de ambas variables, para que de esta manera se pueda encontrar las explicaciones correspondientes a los fenómenos que acontecen en esta investigación. Todo ello nos permitirá contrastar y también diferenciar los conceptos aplicados a dicha realidad en el cual se encuentra la municipalidad distrital de los olivos.

Metodológico

Para poder efectuar los objetivos de este proyecto de investigación, se preparó un instrumento de medición tanto para la variable independiente la gestión de la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los contribuyentes.

Una vez preparado el instrumento será analizado mediante el software de análisis estadístico SPSS.

Práctico

La finalidad de esta investigación es de servir como material de consulta y apoyo para las personas interesadas en buscar información sobre el tema; así también, que esta investigación proporcione conocimientos que puedan ser aplicables a la gestión de la calidad de servicio la cual permita a la MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS mejorar los aspectos negativos de esta área.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

Existe relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018.

1.6.2 Hipótesis específicos

Existe relación positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018

Existe relación positiva entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018

Existe relación positiva entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad de los Olivos, 2018

1.7.2 Objetivos específicos

Determinar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018

Determinar la relación de los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018

Determinar la relación de la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, 2018.

II Método

2.1.1 Diseño de investigación

2.1.2 Diseño

En este proyecto de investigación se trabajará con el Diseño No Experimental porque las variables no serán intervenidas ni manipuladas. Hernández et al. (2014) explican cómo investigación no experimental a:

La investigación que se elabora sin tocar deliberadamente a ninguna de las variables. Es decir, consiste en no hacer variar de manera intencional a la variable independiente o variable 1 para ver el efecto que tendría en la variable 2 o variable dependiente. Lo que se realiza en una investigación no experimental es tomar las variables como objeto de análisis y dejarlos tal y como están en su contexto natural. (p.152)

Del mismo modo Hernández et al. (2014) mencionaron que: “De acuerdo el periodo y secuencia del estudio es de corte o carácter transversal porque se recoge la información en un solo momento.” (p.152)

Además:

Los diseños de investigación transaccional o transversal recogen información en un tiempo único. Con el fin de detallar variables y estudiar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p.154)

2.1.3 Tipo de investigación

El tipo de estudio de esta investigación es aplicado. Hernández, Fernández y Baptista, (2014) indican lo siguiente:

“El tipo de investigación aplicada es aquella que tiene el propósito de resolver problemas”. Por lo tanto, la investigación aplicada, suele ser muy útil para investigaciones enfocadas en solucionar dificultades en una organización, puesto que nos permite aplicar nuestros conocimientos para dar solución al problema estudiado. (p.29)

2.1.4 Nivel de investigación

Esta investigación es de nivel descriptivo – correlacional, debido a que como propósito tiene describir características fundamentales de las variables, de igual forma resaltar la relación

que hay entre la variable calidad de servicio y satisfacción, tal como lo explican los siguientes autores:

Descriptivo:

Hernández et al. (2014) afirmaron que:

Con la investigación descriptiva lo que se busca es especificar propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos objetos o

Cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es un análisis, es un decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que refieren, esto es, el objetivo no es indicar como se relacionan estas. (p.92)

Correlacional:

Hernández et al. (2014) definieron que:

El fin de estos estudios es de identificar la relación de unión que hay entre varias definiciones, tipos o variables en un entorno en especial. A veces sólo se estudia la relación entre dos variables, pero con continuidad se encuentran en el análisis vínculos entre tres, cuatro o más variables. (p. 93)

2.1.5 Método de investigación

El método de estudio utilizado en este proyecto de investigación es el método Deductivo, según Bernal, (2010) nos explica que:

“el método deductivo consiste en sacar conclusiones generales para llegar a tener explicaciones particulares, éste comienza con el estudio de las teorías, leyes, principios, de entorno universal y de validez comprobada, donde luego serán explicados con hechos particulares.”. (p.59)

Además el enfoque empleado en el proyecto de investigación es el enfoque cuantitativo, ya que el trabajo de investigación se encuentra soportado por la matemática y la estadística. Como lo menciona Hernández, Fernández y Baptista, (2010), “el enfoque cuantitativo, utiliza la recaudación de datos para demostrar la hipótesis en base a la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (p.4)

2.2 Variables, operacionalización

2.2.1 Operacionalización de las variables

Variable 1: Calidad de servicio

Camisón, Cruz y Gonzales (2007) manifestó:

La calidad del servicio viene determina la semejanza existente entre las expectativas y el servicio recibido, la calidad de servicio establece el nivel de percepción del cliente frente al producto o servicio adquirido (p. 193).

Variable 2: Satisfacción del contribuyente

Kotler y Keller (2006) definieron como satisfacción al cliente a:

Es la percepción que tiene el consumidor frente a la experiencia vivida en la adquisición del producto Si los resultados están por debajo a lo esperado, el consumidor quedará no satisfecho. Si los resultados están a la acorde a las lo esperado, el consumidor queda satisfecho. Si los resultados están por encima de lo esperado, entonces el consumidor quedará muy satisfecho o encantado. Todo ello se puede medir mediante la confianza que transmite la empresa, el trato que brinda a sus usuarios, el nivel de compromiso que demuestra, entre otros. (p.144)

2.2.2 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA
CALIDAD DE SERVICIO	<p>Según Camisón, Cruz y Gonzales (2007):</p> <p>“La calidad del servicio viene dada debido a la semejanza existente entre el servicio esperado y la capacidad de respuesta que brinda la empresa, la calidad de servicio determina el nivel en que las condiciones o requisitos deseados por el cliente como los elementos tangibles e intangibles (empatía, respeto, buena atención) son percibidos por él tras proyectar una impresión del servicio adquirido.” (p. 193).</p>	<p>La variable calidad de servicio se evaluará a través de tres dimensiones, empleando un cuestionario en escala de Likert. Posterior a ello se procesaran los datos en un análisis estadístico SPSS para medir la confiabilidad.</p>	Capacidad De Respuesta	Rapidez	1-2	Ordinal
				Colaboradores	3 - 4	Ordinal
			Elementos Tangibles	Infraestructura	5-7	Ordinal
				Presencia y aseo	8	Ordinal
			Empatía	Equipos	9-10	Ordinal
				Predisposición	11	Ordinal
				Atención individualizada	12	Ordinal
				Horario de atención	13	Ordinal
SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES	<p>Kotler y Keller(2006) definen como satisfacción al cliente a:</p> <p>“Es la percepción que tiene el consumidor frente a la experiencia vivida en la adquisición del producto Si los resultados están por debajo a lo esperado, el consumidor quedará no satisfecho. Si los resultados están a la acorde a las lo esperado, el consumidor queda satisfecho. Si los resultados están por encima de lo esperado, entonces el consumidor quedará muy satisfecho o encantado. Todo ello se puede medir mediante la confianza que transmite la empresa, el trato que brinda a sus usuarios, el nivel de compromiso que demuestra, entre otros.”(p.144)</p>	<p>La variable satisfacción de los contribuyentes se evaluará a través de tres dimensiones, empleando un cuestionario en escala de Likert. Posteriormente se procesaran los datos en un análisis estadístico SPSS para medir la confiabilidad.</p>	Confianza en el servicio	Valoración del servicio	14	Ordinal
				cumplimiento	15	Ordinal
			Trato recibido	Buen servicio	16	Ordinal
				Beneficios y/o recompensas	17 – 18	Ordinal
			Expectativas	Servicio mejor de lo que se esperaba	19 - 20	Ordinal
				Seguimiento a las necesidades del usuario	21	Ordinal

2.3 Población y muestra

Unidad de análisis

La unidad de análisis en esta investigación son los contribuyentes que acudan a las instalaciones de la Municipalidad De Los Olivos a requerir algún servicio o realizar algún trámite.

2.3.1 Población

La población a estudiar de esta investigación está compuesta por 67 usuarios de la municipalidad de los olivos, puesto que es la cantidad aproximada de personas que acuden a esta institución en las primeras horas de la mañana.

Bernal (2010) refirió que “la población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación, se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo.” (p. 160)

2.3.2 Muestra

Bernal (2010) afirmó que:

Las muestras es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio. (p. 161)

El tamaño de la muestra será el total de nuestra población de 67 usuarios que acudan a la Subgerencia de recaudación de la municipalidad de los olivos entre las horas de 8:00 am a 12:00 pm, al ser considerado un número manejable de personas es por ello que se considera como una muestra censal.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica

La técnica de recojo de información que se usará en esta investigación fue la encuesta.

2.4.2 Instrumento

En esta investigación se elaboró un cuestionario que consta de 21 preguntas para la evaluación de cada variable y que será medido con la escala de Likert.

Hernández et al. (2014) Señaló que: “El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. [...] Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.” (p.217)

2.4.3 Validez

El proceso de validación para este proyecto de investigación se hizo a través de la evaluación del juicio de 3 expertos en la materia, quienes dieron su aprobación a la técnica e instrumento preparado para la obtención de datos:

Tabla 1: *Relación de expertos que realizaron la validación del instrumento*

Validez del Instrumento mediante jueces			
Nº	Grado Académico	Apellidos y Nombres	Valoración
1	Dr. en Administración	Arce Álvarez, Edwin	Si Cumple
2	Mg. en Administración	Casma Zarate, Carlos	Si Cumple
3	Mg. en Administración	Rosales Dominguez, Edith	Si Cumple

Fuente: elaboración propia

Los mencionados expertos mediante su evaluación de juicio calificaron el instrumento de la investigación como válida para la obtención de datos es esta investigación.

2.4.4 Confiabilidad

Hernández et al (2014) manifestaron que: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.” (p. 200)

En esta investigación, para definir el grado de confiabilidad de los instrumentos utilizados, se ha empleado el coeficiente alfa de Cronbach que viene a ser un modelo de consistencia interna, para ello se tomó como base una prueba piloto de 20 personas a quienes se les entregó los cuestionarios. El instrumento preparado cuenta con 21 preguntas, cada ítem tiene como opción de respuesta el modelo de la escala de Likert. Los resultados conseguidos de dicha encuesta fueron procesados en el programa estadístico SPSS 25

Tabla 2: Baremo de coeficiente de confiabilidad

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

Fuente: (Hernández, Fernández y Baptista, (2010), p. 439)

Prueba Piloto: recogido de una muestra de 20 usuarios de la municipalidad de los Olivos

Tabla 3: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos ^a	0	0,0
	Total	20	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Fuente: elaboración propia

Tabla 4: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	21

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Como se puede apreciar que el análisis de confiabilidad para las variables calidad de servicio y satisfacción, con respecto al resultado se tiene un valor α de 0.872, esto indica que el grado de fiabilidad del instrumento es confiable, validando su uso para la recolección de datos.

2.5 Método de análisis de datos

En este proyecto de investigación se utilizó la estadística descriptiva y la estadística inferencial para ello se utilizaron métodos estadísticos para verificar los resultados obtenidos a través del cuestionario utilizando el programa estadístico IBM SPSS Statistics 25.

2.6 Aspectos éticos

En esta investigación fueron tomados en consideración los siguientes aspectos éticos:

Confidencialidad. Se respetó los datos personales de los encuestados, por ello las encuestas fueron anónimas y la información obtenida no se le dará otro uso más que fines académicos.

Valor social. Las personas que colaboraron en esta investigación no fueron expuestas a ningún tipo de peligro ni tampoco obligadas a participar si no que al contrario decidieron participar dinámicamente en este proceso.

Veracidad. Se respetó la autoría de los textos utilizados en la presente investigación evitando copias y plagios.

III Resultados

3.1 Análisis descriptivo

3.1.1 Variable 1: Calidad de servicio

Tabla 5: Variable - Calidad de servicio (Agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	11	16,4%	16,4%	16,4%
	A Veces	10	14,9%	14,9%	31,3%
	Casi Siempre	14	20,9%	20,9%	52,2%
	Siempre	32	47,8%	47,8%	100,0%
Total		67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 5, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la variable “Calidad de servicio” de la siguiente manera: 11 contribuyentes que equivalen a 16.4% contestaron la categoría casi nunca, 10 contribuyentes que equivalen a 10% contestaron la categoría a veces, 14 contribuyentes que equivalen a 20.9% contestaron la categoría casi siempre y 32 contribuyentes que equivalen a 47.8% contestaron la categoría siempre.

Tabla 6: Capacidad de respuesta (Agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	1,5%	1,5%	1,5%
	Casi Nunca	7	10,4%	10,4%	11,9%
	A Veces	12	17,9%	17,9%	29,9%
	Casi Siempre	13	19,4%	19,4%	49,3%
	Siempre	34	50,7%	50,7%	100,0%
Total		67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 6, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la dimensión “Capacidad de respuesta” de la siguiente manera: 1 contribuyentes que equivalen a 1.5% contestaron la categoría nunca, 7 contribuyentes que equivalen a 10.4% contestaron la categoría casi nunca, 12 contribuyentes que equivalen a 17.9% contestaron la

categoría a veces, 13 contribuyentes que equivalen a 19.4% contestaron la categoría casi siempre y 34 contribuyentes que equivalen a 50.7% contestaron la categoría siempre.

Tabla 7: *Elementos tangibles (Agrupado)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	1,5%	1,5%	1,5%
	Casi Nunca	10	14,9%	14,9%	16,4%
	A Veces	8	11,9%	11,9%	28,4%
	Casi Siempre	11	16,4%	16,4%	44,8%
	Siempre	37	55,2%	55,2%	100,0%
Total		67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 7, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la dimensión “Elementos tangibles” de la siguiente manera: 1 contribuyentes que equivalen a 1.5% contestaron la categoría nunca, 10 contribuyentes que equivalen a 14.9% contestaron la categoría casi nunca, 8 contribuyentes que equivalen a 11.9% contestaron la categoría a veces, 11 contribuyentes que equivalen a 16.4% contestaron la categoría casi siempre y 37 contribuyentes que equivalen a 55.2% contestaron la categoría siempre.

Tabla 8: *Empatía (Agrupado)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	6,0%	6,0%	6,0%
	Casi Nunca	8	11,9%	11,9%	17,9%
	A Veces	22	32,8%	32,8%	50,7%
	Casi Siempre	22	32,8%	32,8%	83,6%
	Siempre	11	16,4%	16,4%	100,0%
Total		67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 8, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la dimensión “Empatía” de la siguiente manera: 4 contribuyentes que equivalen a 6% contestaron la categoría nunca, 8 contribuyentes que equivalen a 11.9% contestaron la categoría casi nunca, 22 contribuyentes que equivalen a 32.8% contestaron la categoría a

veces, 22 contribuyentes que equivalen a 32.8% contestaron la categoría casi siempre y 11 contribuyentes que equivalen a 16.4% contestaron la categoría siempre.

3.1.2 Variable 2: Satisfacción de los contribuyentes

Tabla 9: *Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	11	16,4%	16,4%	16,4%
	A Veces	12	17,9%	17,9%	34,3%
	Casi Siempre	19	28,4%	28,4%	62,7%
	Siempre	25	37,3%	37,3%	100,0%
Total		67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 9, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la variable “Satisfacción de los contribuyentes” de la siguiente manera: 11 contribuyentes que equivalen a 16.4% contestaron la categoría casi nunca, 12 contribuyentes que equivalen a 17.9% contestaron la categoría a veces, 19 contribuyentes que equivalen a 28.4% contestaron la categoría casi siempre y 26 contribuyentes que equivalen a 37.3% contestaron la categoría siempre.

Tabla 10: *Confianza en el servicio (Agrupado)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	1,5%	1,5%	1,5%
	Casi Nunca	11	16,4%	16,4%	17,9%
	A Veces	10	14,9%	14,9%	32,8%
	Casi Siempre	27	40,3%	40,3%	73,1%
	Siempre	18	26,9%	26,9%	100,0%
Total		67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 10, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la dimensión “Confianza en el servicio” de la siguiente manera: 1 contribuyentes que equivalen a 1.5% contestaron la categoría nunca, 11 contribuyentes que equivalen a 16.4% contestaron la categoría casi nunca, 10 contribuyentes que equivalen a 14.9% contestaron la

categoría a veces, 27 contribuyentes que equivalen a 40.3% contestaron la categoría casi siempre y 18 contribuyentes que equivalen a 26.9% contestaron la categoría siempre.

Tabla 11: *Trato recibido (Agrupado)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	9,0%	9,0%	9,0%
	Casi Nunca	9	13,4%	13,4%	22,4%
	A Veces	15	22,4%	22,4%	44,8%
	Casi Siempre	21	31,3%	31,3%	76,1%
	Siempre	16	23,9%	23,9%	100,0%
	Total	67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 11, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la dimensión “Trato recibido” de la siguiente manera: 6 contribuyentes que equivalen a 9% contestaron la categoría nunca, 9 contribuyentes que equivalen a 13.4% contestaron la categoría casi nunca, 15 contribuyentes que equivalen a 22.4% contestaron la categoría a veces, 21 contribuyentes que equivalen a 31.3% contestaron la categoría casi siempre y 16 contribuyentes que equivalen a 23.9% contestaron la categoría siempre.

Tabla 12: *Expectativas (Agrupado)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	9	13,4%	13,4%	13,4%
	A Veces	3	4,5%	4,5%	17,9%
	Casi Siempre	24	35,8%	35,8%	53,7%
	Siempre	31	46,3%	46,3%	100,0%
	Total	67	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 12, se observa que las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018; respondieron a las preguntas de la dimensión “Expectativas” de la siguiente manera: 9 contribuyentes que equivalen a 13.4% contestaron la categoría casi nunca, 3 contribuyentes que equivalen a 4.5% contestaron la categoría a veces, 24 contribuyentes que equivalen a 35.8% contestaron la

categoría casi siempre y 31 contribuyentes que equivalen a 46.3% contestaron la categoría siempre.

3.2 Prueba de Normalidad

Para determinar el tipo de estadístico (paramétrico o no paramétrico) a emplear se realizó la prueba de normalidad.

Hipótesis de normalidad:

H0: La distribución de la muestra **sigue una distribución normal**

H1: La distribución de la muestra **no sigue una distribución normal**.

Significación:

a. Sig. I = 0.05 o 5%

b. Nivel de aceptación= 95%

Regla de decisión:

Sig. E < Sig. I (0.05) entonces se rechaza Ho.

Sig. E > Sig. I (0.05) entonces se acepta Ho

Regla de decisión:

Tamaño de muestra $N \leq 50$ se aplicara el estadístico Shapiro-Wilk

Tamaño de muestra $N > 50$ se aplicara el estadístico Kolmogorov-Smirnov

Tabla 13

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio (agrupado)	,287	67	,000	,779	67	,000
Satisfacción de los contribuyentes (agrupado)	,222	67	,000	,829	67	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Observando la Tabla 13 se decidió usar el estadístico **Kolmogorov-Smirnov**, porque los sujetos a estudiar estuvieron conformada por las 67 personas encuestadas que acuden en las primeras horas de la mañana a Sub Gerencia de Recaudación de la Municipalidad De Los Olivos, en el 2018. Así mismo la variable “Calidad de servicio” y el “Satisfacción de los contribuyentes” tienen un nivel de significancia encontrado menor que el nivel de significancia asumido para la presente investigación, es decir ($0.000 < 0.05$), entonces según

la regla de decisión se rechaza la H_0 y en consecuencia se acepta la H_1 , por lo tanto, el presente estudio, no tiene distribución normal.

3.3 Contrastación de hipótesis

Para esta investigación se aplicarán pruebas **no paramétricas**, mediante la Prueba de Rho de Spearman, debido a que se empleó como instrumento el cuestionario tipo Likert.

Según Hernández et al. (2014, p. 305), indica que el coeficiente de correlación de Spearman, “es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón”, la cual se detalla a continuación:

Tabla 14

Rango de interpretación de correlación

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,70 a - 0,99	Correlación negativa muy fuerte
-0,4 a - 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a - 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,70 a 0,99	Correlación positiva muy fuerte
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández et al. (2014, p. 305)

3.3.1 Prueba de hipótesis general

HG: Existe relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

HO: La calidad de servicio no se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

H1: La calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T=0,05$

Nivel de aceptación=95%

$Z=1,96$

Si la $\text{Sig E} < \text{Sig T}$ entonces se rechaza la H_0 .

Si la $\text{Sig E} > \text{Sig T}$ entonces se acepta la H_0

Tabla 15

Prueba de correlación de variables- hipótesis general

		Calidad de servicio (Agrupado)	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)
Rho de Spearman	Calidad de servicio (Agrupado)		
	Coeficiente de correlación	1,000	,848**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	67	67
	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)		
	Coeficiente de correlación	,848**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	67	67

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 15 se muestra los resultados obtenidos de la Prueba de Rho de Spearman, con un nivel de significancia $\text{Sig E}=0,000$ menor al valor de $\text{Sig T}= 0,05$ ($\text{Sig E} < \text{Sig T}$) y teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazamos la Hipótesis nula (H_0) e inmediatamente aceptamos la Hipótesis alterna (H_1), la cual es equivalente a la hipótesis general, es entonces que se concluye que las variables del presente estudio, tienen una correlación positiva muy fuerte de 0.848^{**} (ver Tabla 14) y por lo tanto, existe relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

3.3.2 Prueba de hipótesis específica 1

He1: Existe relación positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

HO: La capacidad de respuesta no se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

H1: La capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T=0,05$

Nivel de aceptación=95%

$Z=1,96$

Si la $Sig E < Sig T$ entonces se rechaza la H_0 .

Si la $Sig E > Sig T$ entonces se acepta la H_0

Tabla 16

Prueba de correlación de variables - hipótesis específica 1

		Capacidad De Respuesta (Agrupado)	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,805**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	67	67
	Coeficiente de correlación	,805**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	67	67

**, La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 16 se muestra los resultados obtenidos de la Prueba de Rho de Spearman, con un nivel de significancia $Sig E=0,000$ menor al valor de $Sig T= 0,05$ ($Sig E < Sig T$) y teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazamos la Hipótesis nula (H_0) e inmediatamente aceptamos la Hipótesis alterna (H_1), la cual es equivalente a la hipótesis específica 1, es entonces que se concluye que las variables del presente estudio, tienen una correlación positiva muy fuerte de 0.805** (ver Tabla 14) y por lo tanto, existe relación positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

3.3.3 Prueba de hipótesis específica 2

He2: Existe relación positiva entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

HO: Los elementos tangibles no se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

H1: Los elementos tangibles se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T=0,05$

Nivel de aceptación=95%

$Z=1,96$

Si la $Sig E < Sig T$ entonces se rechaza la H_0 .

Si la $Sig E > Sig T$ entonces se acepta la H_0

Tabla 17

Prueba de correlación de variables - hipótesis específica 2

		Elementos Tangibles (Agrupado)	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)
Rho de Spearman	Elementos Tangibles (Agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,811**
		N	,000
	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)	Coefficiente de correlación	67
		Sig. (bilateral)	,811**
		N	,000

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 17 se muestra los resultados obtenidos de la Prueba de Rho de Spearman, con un nivel de significancia $Sig E=0,000$ menor al valor de $Sig T= 0,05$ ($Sig E < Sig T$) y teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazamos la Hipótesis nula (H_0) e inmediatamente aceptamos la Hipótesis alterna (H_1), la cual es equivalente a la hipótesis específica 2, es entonces que se concluye que las variables del presente estudio, tienen una correlación positiva muy fuerte de 0.811** (ver Tabla 14) y por lo tanto, existe relación positiva entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

3.3.4 Prueba de hipótesis específica 3

He3: Existe relación positiva entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

HO: La empatía no se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

H1: La empatía se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T=0,05$

Nivel de aceptación=95%

$Z=1,96$

Si la $Sig E < Sig T$ entonces se rechaza la H_0 .

Si la $Sig E > Sig T$ entonces se acepta la H_0

Tabla 18

Prueba de correlación de variables - hipótesis específica 3

		Empatía (Agrupado)	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)
Rho de Spearman	Empatía (Agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,786**
		N	,000
	Satisfacción de los contribuyentes (Agrupado)	Coefficiente de correlación	67
		Sig. (bilateral)	,786**
		N	,000

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 18 se muestra los resultados obtenidos de la Prueba de Rho de Spearman, con un nivel de significancia $Sig E=0,000$ menor al valor de $Sig T= 0,05$ ($Sig E < Sig T$) y teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazamos la Hipótesis nula (H_0) e inmediatamente aceptamos la Hipótesis alterna (H_1), la cual es equivalente a la hipótesis específica 2, es

entonces que se concluye que las variables del presente estudio, tienen una correlación positiva muy fuerte de 0.786** (ver Tabla 14) y por lo tanto, existe relación positiva entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos, 2018.

IV Discusión

De acuerdo a lo obtenido en esta investigación y la investigación antes mencionada, se llegó a determinar lo siguiente:

4.1 Objetivo e Hipótesis General

Se tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos en el año 2018. Mediante la Prueba de Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además que, ambas variables poseen una correlación de 0.848**, lo cual nos indica que es una relación positiva muy fuerte. Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación indicando que existe una relación positiva muy fuerte entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos, en el año 2018.

De la misma manera Carbajal (2017) en su tesis "Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República – 2016" llegó a la conclusión de que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman el cual da la existencia de relación positiva y considerable (0.794**). Esto nos indica que, lo mencionado anteriormente y con la presente investigación tiene similitudes, donde la *calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes*, guardan una relación directa; por lo tanto, al realizar una adecuada calidad de servicio se incrementara el índice de satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos.

Del mismo Imai (1989) Define que: "El kaizen significa mejoramiento progresivo que involucra a todas áreas de una organización. Por ello la mejora continua de cada área se verá reflejado en su totalidad en la calidad de servicio que brinda la empresa. De debe entender que el kaizen es un camino o un medio mas no un objetivo. La filosofía de kaizen supone que nuestra forma de vida (sea nuestra vida de trabajo, vidas social o vida familiar) merece ser mejorada de manera constante".

4.2 Objetivo e Hipótesis Específico 1

Se formuló como objetivo determinar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción los contribuyentes en la Municipalidad de los Olivos en el año 2018. Por la Prueba de Rho de Spearman que se realizó para esta dimensión y variable en estudio, se indicó que tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula. Adicional a ello, se halló una correlación de 0.805** que es una relación positiva muy fuerte. Por lo tanto se acepta la hipótesis de la

investigación indicando que existe una relación positiva muy fuerte entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad de los Olivos en el año 2018

Como antecedente tenemos a Inca (2015) con su tesis “Calidad De Servicio Y Satisfacción De Los Usuarios De La Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas 2015” en la cual presenta como conclusión que se puede afirmar, que existe relación moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. Mediante la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.591, lo que indica, que existe una correlación positiva moderada, entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

Citando a Cottle (1991) nos indica que “La Capacidad de respuesta viene a ser la actitud que el colaborador muestra para ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido. La capacidad de respuesta [...] también incluye en el cumplimiento a tiempo de los compromisos adquiridos.” Por lo redactado por el autor de la cita, podríamos decir que la capacidad de respuesta es la manera en la cual los colaboradores responden a las necesidades de los usuarios, ello también implica el control del tiempo de atención de los usuarios.

4.3 Objetivo e Hipótesis Específico 2

Se formuló como objetivo determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos en el año 2018. Por la Prueba de Rho de Spearman que se realizó para esta dimensión y variable en estudio, se indicó que tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula. Adicional a ello, se halló una correlación de 0.811** que es una relación positiva muy fuerte. Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación indicando que existe una relación positiva muy fuerte entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos en el año 2018.

De tal forma Quispe (2015) con su tesis “Calidad de servicio Y satisfacción del Usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas – 2015 el cual tiene como conclusión que la calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario. Del mismo modo el coeficiente de Spearman evidencia una correlación de 0,555 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables.

Zeithman y Bitner (2002) explican sobre elementos tangibles enfocados a la satisfacción: “a todo lo físico encontrado en una organización los cuales nos ayuden a brindar un servicio de calidad además que mediante ello transmitimos representaciones físicas o imágenes de cómo estamos preparados para satisfacer a los contribuyente”.

Entonces mediante ello rectificamos la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Olivos puesto que muchos por no decir todos los usuarios esperan ser atendidos en un ambiente limpio, moderno, con la mejor tecnología y la mejor presencia.

4.4 Objetivo e Hipótesis Específico 3

Se formuló como objetivo determinar la relación de la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos. Por la Prueba de Rho de Spearman que se realizó para una esta dimensión y variable en estudio, se indicó que tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula. Adicional a ello, se halló una correlación de 0.786** que es una relación positiva muy fuerte. Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación indicando que existe una relación positiva muy fuerte entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Los Olivos en el año 2018.

De tal modo, Cadena, J. et al. (2016) En su artículo científico titulado “Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México”, donde tuvo como objetivo medir el grado de satisfacción de la calidad del servicio proporcionado a sus clientes por los Restaurantes en el Estado de Sonora del cual se llegó a la conclusión que la satisfacción de los clientes es buena, derivada de una buena calidad del servicio restaurantero en el Estado de Sonora. Mediante un análisis no paramétrico, utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, de cual da la existencia de relación positiva y considerable (0.718**). Ello nos permite inferir que, al hablar de calidad de servicio también hablamos de la empatía puesto que es una de sus dimensiones y elementos que ayudan a complacer las necesidades que presenta el usuario.

Cottle (1991) definió que: la empatía es el hecho de querer brindar a sus clientes cuidados y atención especializada, pues, se trata más que una simple cortesía, aún de que la cortesía es parte imprescindible de la empatía, necesita una fuerte responsabilidad e interacción con el usuario, conocimiento a fondo de sus características y necesidades personales y de sus requerimientos específicos. Esta definición refuerza la relación que existe entre la empatía y

la satisfacción de los contribuyentes, puesto que como el menciona la empatía no solo se trata de una simple cortesía, sino que requiere una fuerte grado de responsabilidad y compromiso por conocer sus necesidades, y requerimientos específicos.

V Conclusión

Con los objetivos planteados y la contrastación de las hipótesis se llegaron a obtener las siguientes conclusiones:

5.1 Primera

Se cumplió con el objetivo general, el cual fue planteado en determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes. Así mismo, se logró inferir que con una adecuada gestión de la calidad de servicio se generaría un mayor índice de satisfacción por parte de los contribuyentes de la Municipalidad de los olivos.

5.2 Segunda

Se Cumplió con el objetivo específico N° 1, el cual fue determinar la relación que existe entre la *capacidad de respuesta* y la *satisfacción de contribuyentes*. De lo anteriormente se puede inferir que, una adecuada “capacidad de respuesta” por parte de los colaboradores generaría un mayor nivel de “satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos.

5.3 Tercera

Se cumplió con el objetivo específico N° 2, el cual fue determinar la relación que existe entre elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los Olivos. Por ello, se infiere que, una adecuada implementación y control de “los elementos tangibles” generaría un mayor nivel de satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos.

5.4 Cuarta

Se cumplió con el objetivo específico N° 3, el cual fue determinar la relación que existe entre la *empatía* y la *satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de los Olivos*. Por lo tanto podemos afirmar que trabajando con empeño en la empatía que transiten los colaboradores podremos lograr que los contribuyentes estén satisfechos.

VI Recomendaciones

Después de haber realizado el análisis de los resultados de este proyecto de investigación se propone las siguientes recomendaciones:

6.1 Primera

Se recomienda , enfocarse en diseñar planes de acción para poder brindar una atención de calidad basándose en la capacidad de respuesta hacia los clientes , así como también ir brindando mantenimiento constante los equipos e infraestructura de la empresa, así como implementar normas y políticas que ayuden a que el cliente se lleve una imagen agradable de la organización, estas políticas pueden estar enfocadas en la empatía que transmite el colaborador, la limpieza y aseo, la uniformidad, etc todo ello con el fin de satisfacer las necesidades presentadas por los contribuyentes de la municipalidad de Olivos.

6.2 Segunda

Se recomienda trabajar en la capacitación de los colaboradores para que así ellos puedan atender con más facilidad y rapidez a los usuarios, también dar a conocer las políticas de la empresa para que así puedan atender con mayor importancia los reclamos y quejas de los contribuyentes.

6.3 Tercera

Se recomienda, la modernización en la infraestructura de la municipalidad puesto que aparte de brindar comodidad a los usuarios también estarían brindando seguridad, Tanto la infraestructura como los colaboradores deben presentar una buena presencia puesto que en ello se aprecia el cuidado que tiene la empresa en temas de presencia, limpieza y aseo así también se recomienda una actualización sistemática en lo tecnológico puesto que en la actualidad la tecnología está avanzando a pasos agigantados y cada vez se crean nuevas herramientas tecnológicas que pueden ayudar a atender con mayor eficiencia a los contribuyentes.

6.4 Cuarta:

Se recomienda brindar charlas de motivación y paseos de integración periódicamente, con el fin de llevar un adecuado clima organizacional entre los colaboradores, ello es muy importante puesto que, cuando un colaborador se no se siente cómodo en su ambiente laboral no se siente comprometido con los objetivos de la organización y por ende no brinda la atención adecuada a los contribuyentes, a la vez concientizar a cada uno de los colaboradores de que practiquen la asertividad a la hora de

atender a un contribuyente puesto que es a mejor manera de comprender sus necesidades, Por último se recomienda a la organización trabajar en un sistema de gestión de horarios de atención al usuario, ello debido a que en lo las horas de refrigerio no hay quien brinde atención a los contribuyentes.

VII Referencias

- Abad , M., & Pincay, D. (2014). *Análisis De Calidad Del Servicio Al Cliente Interno Y Externo Para Propuesta De Modelo De Gestión De Calidad En Una Empresa Se Seguros De Guayaquil en Ecuador, 2014*. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>.
- Bateson, John, & Hoffman , D. (2012). *Marketing de servicios: conceptos estrategias y casos* (4 ed.). Mexico D.F: Cengage Learning Editores.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3 ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Cadena, J., Vega, A., Real, I., & Joaquín , V. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por restaurantes de Sonora. *Ingeniería Industrial: actualidad y nuevas tendencias*, 2.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2007). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson.
- Carbajal, C. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de atención al ciudadano del congreso de la República, Universidad Privada César Vallejo*.(acceso 10 de mayo del 2018).
- Choque, R. (2015). *Planeamiento estratégico*. Lima: Editorial Macro.
- Cottle, D. (1991). *El servicio centrado en el cliente: cómo lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. Barcelona: Profit Editorial.
- Droguett, J. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes en Santiago, Chile 2012* . Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorqu e%20ra%20C%20F..pdf?sequence=3>.
- García, M., Quispe, C., & Ráez, L. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Industrial Data*, 92.
- García, P., García, F., & Gil, M. (2010). *Técnicas de servicio y atención al cliente* (2 ed.). Madrid: Paraninfo.
- Goñi, J. J. (1999). *El cambio son personas: La dirección de los procesos de cambio*. Madrid: Diaz de Santos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México D.F: McGRAW-HILL.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico D.F: McGRAW-HILL.

- Imai, M. (1989). *Kaizen: La clave de la ventaja competitiva japonesa*. Mexico DF: Compañía editorial continental S.A.
- Inca, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfaccion de los usuarios de la municipalidad deistrital de Pacucha en andahuaylas, Perú 2015*. Recuperado de: [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015EPAE-Inca%20AllcahuamanCalidad%20de%20servicio%20y%20satisfacion%20de%20los%20usuarios.p df?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015EPAE-Inca%20AllcahuamanCalidad%20de%20servicio%20y%20satisfacion%20de%20los%20usuarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- ISO 9001. (2015). *Gestión e la calidad (ISO 9001-2015)*. España: Elearning.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Direccion de Marketing* (12 ed.). México D.F: Pearson Education.
- Matesanz, V. (26 de Agosto de 2014). *Revista Forbes*. Obtenido de <http://forbes.es/business/4987/el-buen-trato-al-cliente-la-clave-de-una-empresa/>
- Montaner, R. (2001). *Manual de directivo eficaz* (2 ed.). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Parrado, C. (10 de abril de 2018). Obtenido de CrearFuturoGlobal.com: <http://www.crearfuturoglobal.com/tag/cultura-de-servicio-definicion/>
- Pau , J., & De Navascués, R. (2001). *Manual de logística integral*. Madrid: Diaz de Santos.
- Paz, R. (2007). *Atención al cliente: guia práctica de técnicas y estrategias* . España: Ideaspropias.
- pérez Porto, J., & Merino, M. (06 de Diciembre de 2010). *Definición De*. Obtenido de <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Portilla, V. (2003). Cumplimiento del servicio prometido a sus clientes. *Gestiópolis*, 2.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Gestión del punto de venta*. España: Ediciones Vértice.
- Publicaciones Vértice S.L. (2010). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2008)*. España: Ediciones vértice.
- Quispe, P. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del Hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas-2015.(Tesis de Licenciatura,Universidad Nacional José María Arguedas).(Acceso el 15 de octubre del 2017)*.
- Rosander, A. (1992). *La busqueda de la calidad en los servicios*. Madrid: Diaz de santos.
- Soto, R. (2015). *La tesis de maestria y doctorado en 4 pasos* (2 ed.). Lima: Diograf.

- Stanton, W., Michael, E., & Bruce, W. (2004). *Funfamentos de marketing* (14 ed.). Mexico D.F: Mcgraw- Hill Interamericana.
- Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico*. Santiago: Editorial Universitaria.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestion de servicios*. Madrid: Diaz de Santos.
- Zeithman, A., & Bitner, J. (2002). *Marketing de servicios*. Madrid: Fic Graw-Hill Interamericana.

VIII Anexos

Anexo 01: cuestionario sobre calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los contribuyentes en la municipalidad de los olivos, 2018

A. INTRODUCCIÓN:

Estimado(a) cliente, el presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de calidad de servicio y su relación con la satisfacción del contribuyente en la municipalidad de los olivos, 2018

B. INDICACIONES:


- Este cuestionario es ANÓNIMO. Por favor, responde con sinceridad
- Lea determinadamente coma ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas. Contesta a las preguntas marcando con una “X”.

El significado de cada número es: 1=nunca 2=casi nunca 3=a veces 4=casi siempre 5=siempre

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO						
DIMENSIONES	ITEMS	1	2	3	4	5
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Considera usted que en la municipalidad de los olivos la atención es rápida					
	Los colaboradores de la municipalidad responden con rapidez a sus consultas					
	Los colaboradores de la municipalidad le explican detalladamente los procedimientos que debe seguir para cumplir con el servicio					
	Los Colaboradores de la municipalidad recogen de manera adecuada sus quejas y sugerencias					
ELEMENTOS TANGIBLES	Los servicios higiénicos de la municipalidad están siempre limpios y en correcto estado de funcionamiento.					
	La infraestructura de la municipalidad está correctamente señalizada ante cualquier desastre					
	La municipalidad cuenta con un ambiente cómodo en la sala de espera					
	Los colaboradores de la municipalidad presentan buen aspecto y están aseados					
	Los equipos de ventilación están bien ubicados y en correcto estado de funcionamiento					
	Considera usted que las instalaciones de la municipalidad están bien equipadas tecnológicamente					
EMPATIA	El trabajador se muestra predispuesto para ayudar a los usuarios					
	El colaborador de la municipalidad evita distraerse con otras personas al momento de atenderle a usted					
	Considera usted que la municipalidad cumple con el horario de atención establecido					
VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO						
CONFIANZA EN EL SERVICIO	Se prioriza la necesidad solicitada por usted en la municipalidad					
	Es adecuado el servicio que recibe usted por parte de los colaboradores de la municipalidad					
TRATO RECIBIDO	El colaborador de la municipalidad le sugiere otras opciones para agilizar sus tramites					
	Recibe usted beneficios por parte de la municipalidad por estar al día en el pago de sus arbitrios					
	Ante un error por parte de la municipalidad, se le recompensa a usted con algún beneficio					
EXPECTATIVAS	Se le informa sobre el uso del buzón de sugerencias y/o libro de reclamaciones de la municipalidad					
	La atención de los colaboradores cumplen sus expectativas					
	La municipalidad se comunica con usted para preguntarle si su solicitud fue atendida con éxito					

Anexo 02: Matriz De Validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación:		Calidad de Servicio y su Relación con la Satisfacción Del Contribuyente en la Municipalidad de los Olivos, 2018						
Apellidos y nombres del Investigador:		Girón Rivera Javier Emerson						
Apellidos y nombres del experto:		M.G. CASMA ZARATE CARLOS						
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
CALIDAD DE SERVICIO	Capacidad de respuesta	Rapidez	1. ¿Considera usted que en la municipalidad de los olivos la atención es rápida?	1,2,3,4,5	X			
			2. ¿Los colaboradores de la municipalidad responden con rapidez a sus consultas?		X			
		Colaboradores			3. ¿Los colaboradores de la municipalidad le explica detalladamente los procedimientos que debe seguir para cumplir con el servicio?	X		
					4. ¿Los Colaboradores de la municipalidad recogen de manera adecuada sus quejas y sugerencias?	X		
	Elementos tangibles	Infraestructura			5. ¿Los servicios higiénicos de la municipalidad están siempre limpios y en correcto estado de funcionamiento?	X		
					6. ¿La infraestructura de la municipalidad está correctamente señalizada ante cualquier desastre?	X		
		Presencia y aseo			7. ¿La municipalidad cuenta con un ambiente cómodo en la sala de espera?	X		
					8. ¿Los colaboradores de la municipalidad presentan buen aspecto y están aseados?	X		
		Equipos			9. ¿Los equipos de ventilación están bien ubicados y en correcto estado de funcionamiento?	X		
					10. ¿Considera usted que las instalaciones de la municipalidad están bien equipadas tecnológicamente?	X		
	Empatía	Predisposición	11. ¿El trabajador se muestra predispuesto para ayudar a los usuarios?		X			
		Atención individualizada	12. ¿El colaborador de la municipalidad evita distraerse con otras personas al momento de atenderle a usted?		X			
		Horario de atención	13. ¿Considera usted que la municipalidad cumple con el horario de atención establecido?		X			
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Confianza en el servicio	Valoración del servicio	14. ¿Se prioriza la necesidad solicitada por usted en la municipalidad?		X			
		Cumplimiento	15. ¿Es adecuado el servicio que recibe usted por parte de los colaboradores de la municipalidad?		X			
	Trato recibido	Buen servicio	16. ¿El colaborador de la municipalidad le sugiere otras opciones para agilizar sus trámites?		X			
		Beneficios y/o recompensas			17. ¿Recibe usted beneficios por parte de la municipalidad por estar al día en el pago de sus arbitrios?	X		
					18. ¿Ante un error por parte de la municipalidad, se le recompensa a usted con algún beneficio?	X		
	Expectativas	Servicio mejor del que se esperaba	19. ¿Se le informa sobre el uso del buzón de sugerencias y/o libro de reclamaciones de la municipalidad?		X			
			20. ¿La atención de los colaboradores cumplen sus expectativas?		X			
		Seguimiento a las necesidades del usuario	21. ¿La municipalidad se comunica con usted para preguntarle si su solicitud fue atendida con éxito?		X			
Firma del experto 			Fecha 21/11/17					

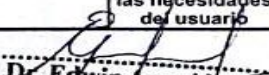
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación:			Calidad de Servicio y su Relación con la Satisfacción Del Contribuyente en la Municipalidad de los Olivos, 2018					
Apellidos y nombres del Investigador:			Girón Rivera Javier Emerson					
Apellidos y nombres del experto:			Mg. Edilberto G. Rosales Dominguez					
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
CALIDAD DE SERVICIO	Capacidad de respuesta	Rapidez	1. ¿Considera usted que en la municipalidad de los olivos la atención es rápida?	1,2,3,4,5	<input checked="" type="checkbox"/>			
			2. ¿Los colaboradores de la municipalidad responden con rapidez a sus consultas?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Colaboradores			3. ¿Los colaboradores de la municipalidad le explica detalladamente los procedimientos que debe seguir para cumplir con el servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					4. ¿Los Colaboradores de la municipalidad recogen de manera adecuada sus quejas y sugerencias?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Elementos tangibles	Infraestructura			5. ¿Los servicios higiénicos de la municipalidad están siempre limpios y en correcto estado de funcionamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					6. ¿La infraestructura de la municipalidad está correctamente señalizada ante cualquier desastre?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Presencia y aseo			7. ¿La municipalidad cuenta con un ambiente cómodo en la sala de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					8. ¿Los colaboradores de la municipalidad presentan buen aspecto y están aseados?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Equipos			9. ¿Los equipos de ventilación están bien ubicados y en correcto estado de funcionamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					10. ¿Considera usted que las instalaciones de la municipalidad están bien equipadas tecnológicamente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Predisposición	11. ¿El trabajador se muestra predispuesto para ayudar a los usuarios?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Atención individualizada	12. ¿El colaborador de la municipalidad evita distraerse con otras personas al momento de atenderle a usted?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Horario de atención	13. ¿Considera usted que la municipalidad cumple con el horario de atención establecido?		<input checked="" type="checkbox"/>			
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Confianza en el servicio	Valoración del servicio	14. ¿Se prioriza la necesidad solicitada por usted en la municipalidad?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Cumplimiento	15. ¿Es adecuado el servicio que recibe usted por parte de los colaboradores de la municipalidad?		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Trato recibido	Buen servicio	16. ¿El colaborador de la municipalidad le sugiere otras opciones para agilizar sus trámites?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Beneficios y/o recompensas			17. ¿Recibe usted beneficios por parte de la municipalidad por estar al día en el pago de sus arbitrios?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					18. ¿Ante un error por parte de la municipalidad, se le recompensa a usted con algún beneficio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Expectativas	Servicio mejor del que se esperaba	19. ¿Se le informa sobre el uso del buzón de sugerencias y/o libro de reclamaciones de la municipalidad?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Seguimiento a las necesidades del usuario			20. ¿La atención de los colaboradores cumplen sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					21. ¿La municipalidad se comunica con usted para preguntarle si su solicitud fue atendida con éxito?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Firma del experto			Fecha 21/11/17				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación:			Calidad de Servicio y su Relación con la Satisfacción Del Contribuyente en la Municipalidad de los Olivos, 2018					
Apellidos y nombres del Investigador:			Grón Rivera Javier Emerson					
Apellidos y nombres del experto:			Dr. Edwin Arce Alvarez					
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
CALIDAD DE SERVICIO	Capacidad de respuesta	Rapidez	1. ¿Considera usted que en la municipalidad de los olivos la atención es rápida?	1,2,3,4,5	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Colaboradores	2. ¿Los colaboradores de la municipalidad responden con rapidez a sus consultas?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			3. ¿Los colaboradores de la municipalidad le explica detalladamente los procedimientos que debe seguir para cumplir con el servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			4. ¿Los Colaboradores de la municipalidad recogen de manera adecuada sus quejas y sugerencias?		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Elementos tangibles	Infraestructura	5. ¿Los servicios higiénicos de la municipalidad están siempre limpios y en correcto estado de funcionamiento?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			6. ¿La infraestructura de la municipalidad está correctamente señalizada ante cualquier desastre?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			7. ¿La municipalidad cuenta con un ambiente cómodo en la sala de espera?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Presencia y aseo	8. ¿Los colaboradores de la municipalidad presentan buen aspecto y están aseados?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			Equipos		9. ¿Los equipos de ventilación están bien ubicados y en correcto estado de funcionamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					10. ¿Considera usted que las instalaciones de la municipalidad están bien equipadas tecnológicamente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Predisposición	11. ¿El trabajador se muestra predispuesto para ayudar a los usuarios?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Atención individualizada	12. ¿El colaborador de la municipalidad evita distraerse con otras personas al momento de atenderle a usted?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Horario de atención	13. ¿Considera usted que la municipalidad cumple con el horario de atención establecido?		<input checked="" type="checkbox"/>			
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Confianza en el servicio	Valoración del servicio	14. ¿Se prioriza la necesidad solicitada por usted en la municipalidad?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Cumplimiento	15. ¿Es adecuado el servicio que recibe usted por parte de los colaboradores de la municipalidad?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Trato recibido	Buen servicio	16. ¿El colaborador de la municipalidad le sugiere otras opciones para agilizar sus trámites?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Beneficios y/o recompensas	17. ¿Recibe usted beneficios por parte de la municipalidad por estar al día en el pago de sus arbitrios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Expectativas	Servicio mejor del que se esperaba	18. ¿Ante un error por parte de la municipalidad, se le recompensa a usted con algún beneficio?	<input checked="" type="checkbox"/>				
			19. ¿Se le informa sobre el uso del buzón de sugerencias y/o libro de reclamaciones de la municipalidad?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Seguimiento a las necesidades del usuario	20. ¿La atención de los colaboradores cumplen sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
			21. ¿La municipalidad se comunica con usted para preguntarle si su solicitud fue atendida con éxito?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto  Dr. Edwin Arce Alvarez			Fecha <u>21/11/2017</u>					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 3: Carta De Validación



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Lima, 02 de Noviembre del 2017

Estimado Sr (Mg/Dr):.....

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **"Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del contribuyente en la municipalidad de los olivos, 2018"**.

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumentos de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos e indicar decir si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,
Atentamente:

JAVIER EMERSON GIRÓN RIVERA
DNI: 46932378

Anexo 4: Matriz De Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL		Capacidad De Respuesta	Rapidez	Diseño de la investigación: No experimental-Transversal
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018?	Determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes en la municipalidad distrital de los olivos, 2018	Existe relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018	CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangibles	Colaboradores Infraestructura Presencia y aseo equipos Predisposición Atención individualizada	
				Empatía	Horario de atención	
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS		Confianza en el servicio	Valoración del servicio cumplimiento	Tipo de la investigación: Aplicada
¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018?	Determinar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes en la municipalidad distrital de los olivos, 2018	Existe relación positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018				
¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018?	Determinar la relación de los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes en la municipalidad distrital de los olivos, 2018.	Existe relación positiva entre los elementos tangibles y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018.	SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES	Trato recibido	Buen servicio Beneficios y/o recompensas	Nivel de investigación: Descriptivo - Correlacional
¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018?	Determinar la relación de la empatía y la satisfacción de los contribuyentes en la municipalidad distrital de los olivos, 2018.	Existe relación positiva entre la empatía y la satisfacción de los contribuyentes de la municipalidad de los olivos, 2018		Expectativas	Servicio mejor de lo que se esperaba Seguimiento a las necesidades del usuario	

Anexo 5: Datos Spss (Vista de variables)

Sin título1.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	P1	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	P2	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	P3	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	P4	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	P5	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	8	0	P6	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	P7	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	P8	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	P9	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	P10	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	P11	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	P12	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	P13	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	P14	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	P15	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	P16	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	P17	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	P18	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	P19	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	P20	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P21	Numérico	8	0	P21	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	D1V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
23	D2V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
24	D3V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
25	D4V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Anexo 5: Datos Spss (Data recolectada)

Sin título1.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 37 de 37 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	
3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	
6	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	
7	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	4	3	5	
8	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	
9	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	
10	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	
11	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	5	2	4	5	
12	4	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	4	5	4	4	
13	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	5	
14	5	5	5	4	5	5	4	2	5	5	3	3	5	3	4	
15	4	5	4	3	4	3	5	3	5	5	5	3	4	4	4	
16	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	
17	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	
18	3	5	5	3	4	5	5	3	4	3	3	3	3	5	3	
19	4	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	2	3	
20	3	4	4	4	4	3	3	1	4	3	2	3	5	1	2	
21	3	4	4	3	4	3	3	1	5	4	2	3	1	3	1	
22	4	4	3	2	5	4	4	2	4	5	3	4	1	4	1	
23	4	5	3	2	4	2	3	3	5	3	3	2	2	5	1	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Anexo 5: Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
Es seguro | <https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&o=977652326&lang=es&u=1051161566>

feedback studio GIRON RIVERA JAVIER EMERSON | desarrollo de tesis

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN
DE LOS CONTRIBUYENTES EN LA MUNICIPALIDAD DE LOS
OLIVOS, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
GIRON RIVERA, Javier Emerson

ASESOR:
Dr. COSTILLA CASTILLO, Pedro

LINEA DE INVESTIGACION:
MARKETING

LIMA – PERÚ

2018

Resumen de coincidencias

20 %

1	dspace.ups.edu.ec	1 %
2	issuu.com	1 %
3	repositorio.une.edu.pe	1 %
4	tesis.ucsm.edu.pe	1 %
5	repositorio.upeu.edu.pe	1 %
6	udo.mx	1 %
7	addi.ehu.es	1 %
8	documents.tips	<1 %
9	www11.urbe.edu	<1 %
10	www.gestiopolis.com	<1 %
11	repositorio.ucsg.edu.ec	<1 %
12	www.conocimientoswe...	<1 %
13	www.publicaciones.urb...	<1 %

Página: 1 de 72 Número de palabras: 14415 Text-only Report High Resolution Activado 19:31 4/07/2018

